

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Sakti Nuryanto. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit di Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta Volume X No. 2015.
- Ahmed Selim And Md. Habibur Rahman. (2015). The Effects Of Marketing Mix On Consumer Satisfaction : A Literature Review From Islamic Perspectives, Turkish Journal Of Islamic Economics, Vol. 2, No. 1, February 2015, Pp. 17-30.
- Akash B. Shah. 2012. The Extended Services Marketing Mix Used By Restaurant And Banking Industry, Volume 1, Number 2, October-December' 2012, ISSN (P):2279-0934, (O):2279-0942.
- Bahman Saeidi Pour, Kamran Nazari and Mostafa Emami. 2013. The effect of marketing mix in attracting customers : Case study of Saderat Bank in Kermanshah Province, African Journal business of Management, Vol 7(340), pp, 3272-3280.
- [Bank Indonehttp://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/bpr-konvensional/simpanan/ Default.aspx](http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/bpr-konvensional/simpanan/Default.aspx).
- Bakırtaş. (2013). Pengaruh Konsumen Etnosentris, Animo Konsumen dan Preferensi Merek Terhadap Repurchase Intent Sepatu Merek Dalam Negeri Dikalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Unsyiah.
- Benjamin, O.Ehigie. (2006). Correlates of customer loyalty to their bank: a case study in Nigeria. International Journal of Bank Marketing, Vol. 24 No. 7. pp. 494-508.
- Christoper Lovelock and Jochen Wirtz. 2011. Service Management 7<sup>th</sup> Edition. Pearson Printice Hall.
- Dewi Ayu Mayangsari Tiwow Ir. Celcius Talumingan, Mp., Dr. Ir. Charles R. Ngangi, Ms., Dr. Ir. Tommy F. Lolowang, Msi. (2015). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menabung Pada Bank Perkreditan Rakyat (Studi Kasus PT. BPR Dana Raya Manado, Sulawesi Utara).
- Dr.Ali Kazemi, Dr. Farzad Karimi Tahereh Aghababapour, Mohammad Hasan Tanhaei. (2013). Studying the Impact of Services Marketing Mix on Preferring a Brand by Customers Case Study: Selected Branches of Mellat Bank in Isfahan Province **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences** April 2013, Vol. 3, No. 4.

- Febyonda Lauwy, Otto R. Payangan, Abd. Razak Munir. (2013). Effect Of Marketing Mix Strategy Of Decision In Choosing Credit Card Customers In. Bank Panin Tbk Main Branch Makassar Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- Goi, C. L. (2009). A review of marketing mix: 4Ps or more International Journal of Marketing Studies, vol 1, 2-15.
- Gultom, Edek K, Paham Ginting, Beby Kf Simbiring. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol 14 April 2014.
- Haruna Isa Mohammad. (2016). 7PS MARKETING MIX AND RETAIL BANK CUSTOMER SATISFACTION IN NORTHEAST NIGERIA Department of Management Technology, Modibbo Adama University of Technology, Yola, Adamawa State, Nigeria. British Journal of Marketing Studies Vol.3, No.3, pp.71-88, June 2015.
- Haruna Isa Mohammad 7PS. (2015). MARKETING MIX AND RETAIL BANK CUSTOMER SATISFACTION NORTHEAST NIGERIA Department of Management Technology, Modibbo Adama University of Technology, Yola, Adamawa State, Nigeria Department of Management Technology, Modibbo Adama University of Technology, Yola, Ada Vol. 13, № 3 2016: 183-202.
- <http://www.bi.go.id/id/iek/produk-jasa-perbankan/jenis/Conten>.
- Iskandar. (2008). Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial ( Kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta: Gaung Persada.
- Jajuk Suprijati. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Islamic Banking (Ib) Di Gresik Fakultas Ekonomi – Universitas Dr. Soetomo – Surabaya Volume XIX No Juni 2013.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip et.al. (2012). Marketing Management, Publish by Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong . (2009). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid I. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jilid I, Jakarta : PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2007). Manajemen Pemasaran, Jilid II, Jakarta : PT. Index.
- Kotler, Philip . (2008). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jakarta : Erlangga.
- Kristina Yulia Simbolon, Marhayanie. (2013). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program S1 Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen*.
- Kumar. (2013). Bank Marketing Mix: New Stretegy In Today Banking Sector Bank Marketing Mix Department of Management Studies & Research CBS Group of Institutions Vol 2 (1), 2013.
- Kurtz dan Clow. (1998). Service Marketing. New York: Jhon Wilwy & Sons Inc.
- Kushwaha Agrawal. 2015. An Indian customer surrounding 7P's of service marketing *Journal of Retailing and Consumer Services* 22 (2015) 85–95.
- Lena Henny, Triska Zulkarnain, Lilis Sulistyowati. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Bank Terhadap Kepuasan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Debitur BPR di Wilayah Riau Pesisir Fakultas Ekonomi Universitas Riau *jurnal Manajemen Bisnis VI* No 2 Mai 2014.
- Malhotra, Naresh. K. (2005). Riset Pemasaran (Pendekatan Terapan) terjemahan Soleh Suryadi. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Manoj Kumar Jain. 2013. *Analysis of Marketing Mix: 7P or More*, Asian Journal of Multidisciplinary Studies Volume1, Issue 4, November 2013.
- Martin, D., Consuegra, Molina, A., and Esteban, A. (2007). An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in the Service Sector. *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 16, No.7. hal: 459-468.
- Mohsan, Faizal et.al. (2011). Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 16.

- Mosahab Rahim et. al. (2010). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation. *International Business Research*, Vol. 3, No. 4.
- Muhammad Jafari. (2012). Evaluation Of Impact Of Service Marketing Mix On Customer Preferen In Sele cting a Bank in Khorramad City, Depertemen Of Ekonomic University Of lorestan, Khorramad, Iran.
- Nastiti, Ani, dan Martoatmodjo, Soebari. (2007). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis, dan Sektor Publik*, Vol.3, No.3, hal: 265-287.
- Noor Imansyah, Emy Rahmawati, Maryono. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Simpeda pada Bank Kalsel Unit Gambut Magister Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip Unlam Banjarmasin *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, Vol 4, No. 1, Juli-Desember 2015.
- Pupuani Ni Wayan, Eka Sulistyawati. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen dan perilaku pembelian ulang (Study kasus pada produk pasta gigi merk pepsoden dikota Denpasar. di download Desember 2013.
- Rahardja Christina, et. al. (2010). Experiential marketing, customer satisfaction and behavioral intention: timezone game center Surabaya, Munich Personal RePEc Archive (MPRA), Paper No. 25638, posted 8 October, Salemba Empat.
- Rizaldy Irfan Nuzwary. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ib Muamalat Dan Ummat(Studi Kasus Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Sungkono Surabaya Fakultas Ekonomi Unisma.
- Schiffman, Leon G and Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Perilaku Konsumen*, Edisi ke Tujuh. Jakarta : PT. Indeks.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Umar. (2006). *Research Methodes for Business*, Edisi 4. Jakarta.
- Sekaran, Umar. (2011). *Research Methods for Business*, Edisi 1 and 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Semuel, H. dan Wijaya. N. (2009). Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty pada PT. Kereta Api Indonesia menurut Penilaian Pelanggan Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 4, No. 1, hal: 23-37.



- Setyani Sri Haryanti, Ida Dwi Hastuti. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Ksu Syariah An Nur Tawang Sari Sukoharjo. di download Oktober 2012.
- Soedjati Keos, Elisabeth. (2011). Pengaruh Bauran Pemasaran Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan dan dampaknya Terhadap Loyalitas Mahasiswa pada Tiga PTS Terkemuka di Kota Bandung, Desertasi <http://digilib.upi.edu/>.
- Sugiyono. (2010). Statistika untuk Penelitian Bandung : Alfabeta Suharsini.
- Sukotjo, H., dan Radix, S.A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya, Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol. 1, No. 2, hal: 216-228.
- Supardi U.S. 2013. Aplikasi Statistik dalam Penelitian Edisi Revisi, Cetakan II : Oktober 2013, ISBN : 987-602-17815-5-5.
- Susanti, Christina E. (2008). Upaya Peningkatan Strategi Marketing Mix Pangan Berbasis Lokal melalui Analisis Sikap Konsumen dengan Model Fishbein di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 3, No. 1, hal: 1-7.2009.
- Tuomi Marjo. (2009). Customer Satisfaction, Case Farm Tourism Ilomaki. Business Economics and Tourism, International Business (AMK). In Vaasa.
- Vesna Rodic Lukic and Nemanja Lukic. (2016). Application Of Marketing Mix Concept In Student Recruitment Strategies: Eidence From University Of Novi Sad, Serbia Vol. 13, № 3 2016: 183-202.
- Wiyono Gendro. (2011). Merancang Penelitian Bisnis dengan alat nalisis SPSS 17 & Smart PLS2.0, UPP STIM YKPN.
- Yasanallah Purashraf, et. al. (2012). Studying the Status of Marketing Mix (7Ps) in Consumer Cooperatives at Ilam Province from Members' Perspectives. American Journal of Industrial and Business Management, 2012, 2, 194-199.
- Zamroni Dan wahibur Rokhman. (2016). Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Kudus, Jawa Tengah Jurnal Equilibrium, Volume 4, Nomor 1, Juni 2016.